

**STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* G HOTEL SYARIAH
BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN
TERHADAP TAMU**

Oleh:

RIZKY ERROBI KAURANI PUTRA
NPM : 1741010224

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

1442 H / 2021 M

**STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* HOTEL SYARIAH
BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN
TERHADAP TAMU**

Oleh:

RIZKY ERROBI KAURANI PUTRA

NPM : 1741010224

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

Pembimbing II : Dr. Jasmadi, M.Ag

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

1442 H / 2021 M

ABSTRAK

Strategi komunikasi adalah strategi yang dapat menetapkan atau menempatkan posisi seseorang secara tepat dalam komunikasi dengan lawan komunikasinya sehingga dapat mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. *Public Relations* merupakan ujung tombak sebuah perusahaan dalam mensosialisasikan program-program suatu Lembaga/perusahaan serta berperan dalam peningkatan mutu pelayanan

Rumusan masalah dari skripsi ini adalah Bagaimana Strategi *Public Relations* meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung dan faktor faktor pendukung serta faktor penghambat *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Public Relations* meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung serta mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data atau informasi masyarakat secara langsung. Menurut sifatnya penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Teknik sampel yang digunakan adalah *purpose sampling* yaitu pemilihan dalam kelompok subjek didasarkan atas ciri-ciri dan kriteria tertentu yakni berjumlah 5 orang, 1 orang pimpinan, 1 orang *Public Relations* dan 3 konsumen. Teknik yang digunakan adalah pengumpulan data interview sebagai metode utama pelengkapanya adalah observasi dan dokumentasi. Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, yaitu digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

Dari hasil temuan dilapangan menunjukkan bahwa fungsi *Public Relations* dalam meningkatkan perilaku konsumen pada G Hotel Syariah Bandar Lampung sudah cukup baik namun masih perlu adanya penambahan fasilitas lainnya yang islami dalam menunjang kemajuan G Hotel Syariah Bandar Lampung, misalnya seperti adanya *drug store* atau minimarket halal mini.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, *Public Relations*, G Hotel Syariah, Mutu Pelayanan.



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol.H.Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp.(0721)703289

PERSETUJUAN

Nama : Rizky Errobi Kaurani Putra
NPM : 1741010224
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
**Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS
G HOTEL SYARIAH BANDAR LAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN TERHADAP
TAMU**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri
Raden Intan Lampung

Bandar Lampung, 19 Maret 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. H.M. Nasor, M.Si
NIP.195707151987031003


Dr. Jasmadi, M.Ag
NIP.196106181990031003

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

Sejati


M. Apun Syaripudin, S.Ag, M.Si
NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol.H.Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp.(0721)703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* G
HOTEL SYARIAH BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN
MUTU PELAYANAN TERHADAP TAMU”** disusun oleh Rizky Errobi
Kaurani Putra, NPM: 1741010224, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,
telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, pada Hari/Tanggal: Hari/Tanggal :
Jum'at, 19 Maret 2021

Tim Penguji

Ketua : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos.,M.Sos.I (.....)

Sekretaris : Septy Anggrainy, M.Pd (.....)

Penguji I : Hj. Mardiyah, S.Pd, M.Pd (.....)

Penguji II : Dr. Jasmadi, M.Ag (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NPM.196104091990031002

MOTTO

.....وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا.....

“Ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia dengan baik”

(QS. al-Baqarah : 2 : 38)



PERSEMBAHAN

Dengan Mengucap Lafadz

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Papaku Drs. Hi. A Salam Kaurani dan Mamaku Hj. Yuliani, S.Pd tercinta yang telah bersusah payah memberiku segalanya demi keberhasilan dan cita-citaku. Terimakasih atas bantuan, do'a, dukungan serta kasih sayang yang begitu besar dan mulia, sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan penelitian ini.
2. Ayuk, Kakak, & Encik ku yang tersayang Yudia Sherly Kaurina, S.E, Yunita Veronika, A.Md dan Yutriza Permata Sani, S.Pd yang telah memberikan semangat, dukungannya serta do'a, agar penulis cepat menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk Istriku Resti Nurmaida, A.Md, Farm, aku ucapkan terimakasih karena telah selalu menemani, mendukung, dan memotivasi dari awal kuliah hingga aku mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rizky Errobi Kaurani Putra
Tempat/Tgl Lahir : Bandar Lampung, 18 Juni 1997
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Pulau Batam V NO.II LK I, Way Halim Permai,
Bandar Lampung
Riwayat Pendidikan :

1. SDN 2 Rawa Laut Bandar Lampung Tamat Tahun 2009
2. SMP IT Fitrah Insani Bandar Lampung Tamat Tahun 2012
3. SMA Negeri 7 Bandar Lampung Tamat Tahun 2015
4. Sejak Tahun 2017 sampai dengan sekarang terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Demikian Riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Penulis



Rizky Errobi Kaurani Putra
NPM.1741010224

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai suatu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Teladan terbaik dalam segala urusan, beserta keluarga, sahabat dan para pengikut sunnahnya, Aamiin

Judul skripsi ini adalah **STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* G HOTEL SYARIAH BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN TERHADAP TAMU**. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, segala saran dan kritik dari pembaca guna penyempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan dan dorongan dari segi berbagai pihak baik yang secara langsung membimbing penulisan skripsi ini maupun secara tidak langsung dalam kesempatan ini ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) Universitas Islam Negeri Lampung.
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag, M.Si sebagai ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam KPI

3. Bapak Prof. Dr. H.M. Nasor, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan dan bimbingan demi terselesainya Skripsi ini.
4. Bapak Dr. Jasmadi M.Ag selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Para Dosen serta segenap Staf Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi (FDIK) yang telah memebrikan pengetahuan dan segenap bantuan selama menyelesaikan studi.
6. Teman-teman seperjuangan KPI F angkatan 2017 yang sama-sama berjuang untuk kesuksesan kita, terutama sahabatku Ridho, Rinanda, Riski, Wahyu, Ryan, Dimas, Winda, Titin, Reni. Terimakasih atas support dan kebersamaan yang indah
7. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah menjadi tempat bernaung belajarku selama kurang lebih empat tahun ini.

Akhir kata penulis mengharapkan saran dan kritik untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat untuk semua pihak khususnya bagi penulis dan pembaca.

Bandar Lampung, 24 Februari 2021


Rizky Errobi Kaurani Putra
NPM.1741010224

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah	5
D. Permasalahan	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
F. Tinjauan Pustaka.....	12
G. Metode Penelitian	14

BAB II STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* DAN MUTU PELAYANAN

A. Strategi Komunikasi.....	20
1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	20
2. Unsur-Unsur Komunikasi	21
3. Tujuan Strategi Komunikasi.....	22
4. Fungsi Strategi Komunikasi	23
5. Tahapan-Tahapan Strategi Komunikasi	29
B. <i>Public Relations</i>	34
1. Pengertian <i>Public Relations</i>	34
2. Fungsi <i>Public Relations</i>	35
3. Tugas <i>Public Relations</i>	36
C. Mutu Pelayanan	41
1. Pengertian Mutu Pelayanan.....	41
2. Unsur-Unsur Pelayanan.....	46
3. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik	42
4. Faktor Pendukung dan Penghambat <i>Public Relations</i>	46

BAB III GAMBARAN UMUM DAN STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* G HOTEL SYARIAH BANDAR LAMPUNG

A. Gambaran Umum.....	48
1. Profil G Hotel Syariah.....	48
2. Visi Misi G Hotel Syariah.....	50
3. Struktur Organisasi G Hotel Syariah.....	51
4. Fasilitas G Hotel Syariah.....	56
5. Pengelolaan G Hotel Syariah	57
6. Jenis Room dan Harga G Hotel Syariah.....	60
B. Strategi <i>Public Relations</i> G Hotel Syariah Bandar Lampung.....	62
C. Respon Pengguna Pelayanan G Hotel Syariah Bandar Lampung	63

BAB IV ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* G HOTEL SYARIAH BANDAR LAMPUNG

A. Analisis Strategi <i>Public Relations</i> G Hotel Syariah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Tamu	64
B. Faktor Pendukung dan Penghambat <i>Public Relations</i> G Hotel Syariah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Tamu	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA	72
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul ini, maka akan di perjelas terlebih dahulu beberapa kalimat yang terkait dengan judul skripsi ini. Dalam hal ini penulis memilih dan menetapkan judul, yaitu : “STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* G HOTEL SYARIAH BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN TERHADAP TAMU” terlebih dahulu penulis akan menguraikan pengertian masing-masing istilah sebagai batasan dalam pengkajian skripsi selanjutnya.

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.¹ Menurut Anwar Arifn, strategi adalah sebagai keseluruhan keputusan kondisional tentang Tindakan yang akan dilakukan guna mencapai suatu tujuan.²

¹ Setyo Soedrajat, *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, (Jakarta:Ikral Mandiri Abadi,1994), Hal.17

² Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Armico, 1989), Hal.55

Strategi yang dimaksud dalam uraian diatas menjelaskan bahwa strategi adalah suatu cara atau rencana dalam proses strategi yang di dalamnya memiliki perencanaan meliputi proses dan fungsi itu sendiri.

Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan si penerima informasi dapat memahami.³ Menurut Liliweri Alo pengertian dari strategi komunikasi adalah strategi yang dapat menetapkan atau menempatkan posisi seseorang secara tepat dalam komunikasi dengan lawan komunikasinya sehingga dapat mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.⁴ Pengertian komunikasi yang dimaksud penulis adalah penyampaian pesan dan informasi dari *Public Relations* kepada tamu, sehingga pesan dan informasi yang disampaikan dapat dipahami, bermanfaat dan tepat sasaran.

Public Relations menurut Dr. Rex Harlow adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan *public*-nya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama, melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan.⁵

Atas dasar landasan saling pengertian tersebut diharapkan selanjutnya adalah dapat mencapai tujuan yang spesifik, yakni dari kegiatan komunikasi

³ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Hal.8.

⁴ Liliweri Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011) , Hal.238.

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations*, (Bandung: Mandar Maju, 1982), Hal.117

Public Relations tersebut melangkah pada adanya image yang positif sehingga tercipta kerjasama yang harmonis diantara kedua belah pihak baik itu dari publik terhadap organisasi maupun dari organisasi terhadap publiknya sehingga dari hal ini diharapkan keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan dapat tercapai.

Salah satu fungsi *Public Relations* yaitu membangun dan membina hubungan (*Relationship*) yang positif yang baik dengan pihak publik sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan publik eksternal khususnya dalam menciptakan saling mempercayai (*mutually understanding*) dan saling memperoleh manfaat bersama (*mutually symbiosis*) antara lembaga/ organisasi perusahaan dan publiknya. Selanjutnya dalam membangun dan membina hubungan yang baik dengan pihak publik yaitu dengan cara meningkatkan mutu pelayanan.

Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik, ideal dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk.⁶

⁶ Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta. 2004). Hal.59

Dari penjelasan diatas maka yang di maksud dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi *Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Tamu” ini adalah langkah-langkah strategi komunikasi *Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap tamu, serta untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mendukung maupun menghambat *Public Relations* dalam melakukan fungsinya. Dalam hal ini yang menjadi subjek penelitian adalah G Hotel Syariah Bandar Lampung dan objek penelitiannya adalah strategi yang digunakan *Public Relations*.

B. Alasan Memilih Judul

1. Strategi *Public Relations* dalam sebuah Industri Perhotelan sangat menarik untuk diteliti karena *Public Relations* merupakan ujung tombak sebuah perusahaan dalam mensosialisasikan program-program suatu Lembaga/perusahaan serta berperan dalam peningkatan mutu pelayanan.
2. Kajian tentang *Public Relations* relevan dengan studi yang penulis pelajari, maka penulis ingin mengetahui lebih dalam secara ilmiah.

C. Latar Belakang Masalah

Perkembangan internasional dunia *Public Relations* mulai dari negara yang memiliki hubungan kuat dengan Amerika Serikat dan perusahaan-perusahaan Amerika. di Brazil, sebagai contoh, *Public Relations* bisa dilacak keberadaannya sejak 1910, hampir bersama dengan kemunculan *Public Relations* di Amerika Serikat. Di Inggris, perusahaan *Public Relations* milik Amerika mulai membuka kantor cabang di London setelah perang Dunia II. Di Jepang, perkumpulan *Public Relations* pertama kali didirikan pada 1964. Di Rusia, sebagai salah satu pasar pertama bagi *Public Relations*, pertama kali *Public Relations* di praktikan dalam kampanye untuk pembukaan restoran McDonald yang dibuka perama kali dikota Moscow pada tahun 1990.⁷

Secara garis besar perkembangan praktek kehumasan di Indonesia dapat diklasifikasikan menjadi empat periode perkembangan. Periode pertama bisa disebut sebagai periode perkembangan awal. Periode kedua ditandai dengan kedatangan perusahaan multinasional setelah kemerdekaan Indonesia. Periode ketiga dimulai dengan adanya kebijaksanaan pemerintah untuk menarik modal asing denga dikeluarkannya UU PMA pada tahun 1967. Undang-undang ini pada akhirnya menarik banyak perusahaan asing baik dalam bentuk perusahaan patungan maupun subsidiary. Periode keempat ditandai dengan ekspansi besar-besaran perusahaan swasta di Indonesia berkat adanya

⁷ Keith Butterick; Penerjemah, Nurulhasfi-ed, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), Hal.15-16

kebijaksanaan deregulasi (perbankan) yang dimulai pada tahun 1983. Periode kelima ditandai dengan munculnya reformasi politik di pertengahan tahun 1998.⁸

Di Indonesia *Public Relations* lebih dikenal dengan Humas atau Hubungan Masyarakat. Peranan Humas bagi sebuah lembaga menempati posisi yang penting. *Public Relations* atau Humas berperan dalam mengkomunikasikan program kerja sebuah lembaga kepada publik. Namun sayangnya, hampir kebanyakan lembaga yang ingin berkembang belum bisa memaksimalkan peranan humas. Humas masih dianggap sebagai penyampai informasi kebutuhan antar lembaga atau sebagai pengantar surat saja. Permasalahan ini mungkin akibat dari kurangnya pemahaman terhadap konsep humas yang utuh secara keseluruhan.⁹

Saat ini Indonesia sedang mengalami proses perubahan yang sangat mendasar, baik dalam bidang ekonomi pada umumnya, maupun sektor pariwisata dan perhotelan pada khususnya. Dengan berkembangnya industri perhotelan, maka timbul persaingan antar perusahaan perhotelan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para tamunya. Adapun cara yang ditempuh setiap hotel berbeda satu dengan yang lainnya. Produk yang ditawarkan berupa fasilitas dan mutu pelayanan serta harga yang dapat bersaing

⁸ I Gusti Ngurah Putra, “*Konteks Histori Praktek Humas di Indonesia*”. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.6 No.3, Desember 2008. Hal.178-179.

⁹ Akmal Mundiri, ‘*Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image*’, Pedagogik, 3.2 (2016), Hal.58–72.

dan yang terutama adalah komunikasi pemasaran yang baik. Pada sekarang ini prinsip syariah menjadi salah satu inovasi dalam bisnis perhotelan. Prinsip syariah ini dapat dijadikan suatu ciri dari suatu hotel, dapat diketahui di indonesia hotel yang menggunakan prinsip syariah sangat jarang.

Salah satunya kegiatan pemasaran yang penting dalam industri perhotelan adalah bidang promosi (*marketing division*) yang merupakan suatu sarana komunikasi bagi perusahaan dengan pasar sasaran (tamunya). Bidang promosi dalam bisnis perhotelan sebagian besar diemban oleh seorang *Public Relations*. Untuk itu seorang *Public Relations* dalam suatu perusahaan sangat diperhitungkan kedudukannya karena memiliki peranan dalam perputaran sistem dan manajemen perusahaan. Seorang *Public Relations* dapat menjangkau aspek-aspek sosial dan kepentingan publik, karena *Public Relations* bertugas menjadi jembatan antara perusahaan dan konsumen.

Hotel syariah adalah hotel yang operasional dan layanannya telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah atau pedoman ajaran Islam, guna memberikan suasana tentram, nyaman, sehat, dan bersahabat yang dibutuhkan tamu, baik muslim maupun non-muslim.¹⁰

G Hotel Syariah merupakan hotel yang terletak di Bandar Lampung yang dioperasikan dan pengelolaannya berdasarkan konsep syariah. Nama G Hotel Syariah diberikan pemilik hotel yaitu Bapak Hadiono yang mendirikan

¹⁰ Abdul Warits, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah (Studi Kasus Pada Hotel Graha Agung Semarang)”, Skripsi, 2009.

hotel ini pada tahun 2013, alamat G Hotel Syariah berada di Jalan Urip Sumoharjo No.182, Gunung Sulah, Way Halim, Kota Bandar Lampung. G Hotel Syariah terdiri dari 3 lantai, terdapat 51 kamar, 3 Ruang *Meeting*, dan 1 Mushola, 1 *Mini Store*, *Coffe Shop*, *Terrace Balcon*, *Funcion Room* dan Parkir Area.

G Hotel Syariah Bandar Lampung menggunakan prinsip syariah terhadap penerapan manajemen hotel kepada tamunya, ditunjukkan dari fasilitas yang G Hotel Syariah Bandar Lampung sediakan misalnya, dari segi penerima tamu (reception) dengan tidak menerima pasangan yang tidak satu muhrim, lalu restoran yang tidak menyediakan makanan yang tidak halal, dan tidak menyediakan minuman yang mengandung alkohol, pada kamar hotelnya menyediakan fasilitas seperti petunjuk arah kiblat, buku doa, dan Al-Quran.

Sebagai hotel yang sedang berkembang, hal ini tentu tidak mudah untuk mempromosikan Hotel syariah ditengah masyarakat yang masih sangat kurang pengetahuan mengenai hotel syariah. Hal ini tidak terelakan dari tugas besar seorang *Public Relations* yang mengemban tugas sebagai fasilitator tamu dengan institusinya, dalam hal ini G Hotel Syariah Bandar Lampung memerlukan publik sebagai tamunya, dan tamu memerlukan kepercayaan serta jaminan bahwa tempat yang dipromosikan merupakan tempat yang terbaik yang harus dipilih dari yang baik. Tamu sebagai publik memerlukan adanya kepercayaan atas kenyamanan dari fasilitas yang tersedia oleh G Hotel Syariah Bandar Lampung.

Semuanya itu akan menjadikan peran seorang *Public Relations* semakin penting dan bahkan akan semakin strategis karena tidak hanya sebagai hiasan saja. Sebagai seorang *Public Relations* harus terus menerus mendengar apa yang dikatakan oleh setiap tamu dan secara teratur mengukur opini masyarakat terhadap produk dan jasa serta mutu pelayanan yang ditawarkan.

Untuk lebih memantapkan keberadaannya dalam masyarakat, suatu hotel harus melakukan pengenalan diri dan berusaha mendapatkan pengakuan dan kepercayaan dari masyarakat, terutama dari mereka yang hampir selalu memerlukan pelayanan dari suatu hotel. Hal ini dianggap perlu karena sebuah hotel mempunyai komitmen tertentu terhadap masyarakat dan semuanya itu harus dipenuhi oleh seseorang yang tepat dalam mengelolanya.

Dari latar belakang tersebut, penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut strategi seorang *Public Relations* dalam mengelola sebuah industri di bidang perhotelan, khususnya dalam peningkatan mutu dengan menjadi media antara tamu dengan hotelnya, yang kemudian diangkat dengan judul **“Strategi Komunikasi *Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Tamu”**.

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengambil permasalahan yang dirumuskan adalah, Strategi *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung serta Faktor pendukung dan penghambat *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, agar tidak terjadi perluasan masalah dalam penelitian ini dan membatasi ruang lingkup serta mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu hanya meneliti tentang strategi *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap tamu.

3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dimaksudkan sebagai upaya dan memberikan arah pelaksanaan penelitian. Dengan berbagai macam latar belakang masalah maka penulis merumuskan dalam penelitian ini dengan mtode pertanyaan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan batasan masalah tersebut, maka rumusan masalah yang hendak diteliti adalah Bagaimana Strategi *Public Relations* meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

- b. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Public Relations* meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.
- b. Mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dihasilkan dengan adanya penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, khususnya untuk mata kuliah *Public Relations*.

b. Manfaat Praktis

- 1) Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangsih pemikiran dalam rangka Strategi

Public Relations meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

- 2) Penelitian ini diharapkan bisa mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

F. Tinjauan Pustaka

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan, yang memiliki arah kajian yang serupa pernah dilakukan dengan judul, sebagai berikut:

Pertama, Hadid Jukruf, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Tahun 2020 dengan judul skripsi, “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Kantor Wilayah Agama Provinsi Lampung”. Dengan menggunakan metode dekskriptif kualitatif, dalam menentukan sampel, dalam skripsi ini menggunakan Teknik nonprobability sampling dengan cara purposive sampling. Dalam penelitian ini yang menjadi data primernya yaitu hasil wawancara penulis dengan Kasubag Umum dan Hubungan Masyarakat 1 Orang, Pranata Humas 1 Orang, Bidang Pelayanan dan Dokumentasi 1 Orang, Bidang Pengelola Data dan Klarifikasi Informasi 1 Orang dan Penyelesaian Sengketa Informasi 1 Orang. Jadi jumlah informan adalah 5 orang, serta dokumentasi, hasil observasi yang telah penulis lakukan, dan dokumen-dokumen yang berhubungan.

Kedua, Yusuf Asidik Nugroho, Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Tahun 2017 dengan judul skripsi, “Strategi Kasubag Humas Dalam Meningkatkan Kinerja Admin Website Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan”. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini berupa data deskriptif dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi serta catatan yang dikumpulkan serta dicari hubungan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini yang sebagai informan primer yaitu Saefudin Latief S.Ag, M.Si Kasubbag Informasi dan humas serta informan sekunder yaitu staf admin ataupun humas.

Ketiga, Nadya Ramayani, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Tahun 2013 dengan judul skripsi, “Strategi Komunikasi *Public Relations* Hotel Sofyan Betawi (Syariah) Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Terhadap Tamu”. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi langsung, wawancara dan dokumentasi.

Adapun yang membedakan penelitian terdahulu dengan skripsi ini yaitu terletak pada permasalahan dan lokasi yang digunakan berbeda namun sama-sama meneliti tentang strategi *Public Relations* dalam suatu lembaga.

G. Metode Penelitian

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian, sebagai upaya dalam menemukan jawaban yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya.¹¹

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di G Hotel Syariah Bandar Lampung.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam Penelitian ini adalah Public Relation G Hotel Syariah Bandar Lampung

b. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah strategi *Public Relations* dalam meningkatkan mutu pelayanan di G Hotel Syariah Bandar Lampung

¹¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2006) Hal.24

3. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya.¹²

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian *lapangan (field Research)* yaitu suatu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.¹³

b. Sifat Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrument kunci pengumpulan data. Hasil akhir dari penelitian kualitatif ini menghasilkan data atau informasi yang bermakna bahkan hipotesa atau ilmu baru yang dapat mengatasi masalah.¹⁴

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta :Rineka Cipta 2010), Hal.203.

¹³ M. Hasan Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia ,2002), Hal.11

¹⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2014), Hal.1

4. Populasi dan Sample

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian seperti manusia, gejala, benda-benda, pola sikap, tingkah laku, dan sebagainya yang menjadi objek penelitian.¹⁵ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari struktur G Hotel Syariah Bandar Lampung yang berjumlah 25 Orang.

b. Sample

Sample adalah sebagian atau wakil populasi yang di teliti.¹⁶ dalam penelitian ini sampel yang di gunakan adalah *nonrandomly sampling* artinya tidak semua populasi diberikan kesempatan untuk dijadikan sampel, taknik yang digunakan penulis adalah jenis *purposive sampling*.

Berdasarkan hal tersebut maka yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

1. Direktur : H. Hadiyono
2. Public Relations : Angga Dwi Saputra
3. Tamu Hotel : Bpk. Sani Indrawan, Bpk. Agus Susilo,
Bpk. Ammar

¹⁵ Sutrisno hadi, *Metodologi risearch, Fakultas Teknologi UGM*, (Yogyakarta: UGM Press, 1986), Hal.27.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hal. 102.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Pengumpulan data sesuai dengan objek, maka dilakukan pengumpulan data yang akan dilaksanakan dilapangan dalam memperoleh data yang diinginkan, dengan melalui tiga hal, yaitu :

a. Metode Observasi

Observasi langsung, dalam penelitian ini, peneliti mengadakan pengamatan terhadap program kerja dan Langkah-langkah *Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap tamu yaitu dengan mengamati apa yang dilakukan *Public Relations* Hotel sehingga client dapat tertarik untuk menginap atau menggunakan produk hotel, pengamatan mulai dari kamar, ruang rapat, makanan, minuman dan fasilitas hotel lainnya

b. Metode *Interview* (Wawancara)

Interview (wawancara) yaitu peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan Humas (*Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung), mulai dari tugas dan kegiatannya. Dengan tujuan untuk mendapatkan keterangan yang jelas tentang strategi *Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung dalam meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan tujuan penelitian ini. Sedangkan teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara berstruktur dan tidak berstruktur . Hal ini bertujuan untuk memberikan kebebasan kepada narasumber dalam

menjawab pertanyaan yang diberikan namun tetap terarah pada masalah yang diangkat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu salah satu instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi dan wawancara selalu dilengkapi dengan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. proses pengumpulan dan pengambilan data berdasarkan tulisan-tulisan berbentuk catatan, dokumen ataupun arsip- arsip yang berhubungan dengan penelitian.

6. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, penulis menganalisa data tersebut, kemudian diambil kesimpulan guna mencari jawaban dari pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah. Dengan adanya kesimpulan maka penelitian ini semakin terarah. Adapun teknik penulisan yang digunakan yaitu berpedoman pada buku pedoman penulisan skripsi mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

7. Teknik Analisa Data

Adapun metode yang digunakan dalam menganalisa data adalah analisis deskriptif. Fungsi analisis deskriptif yaitu memberikan gambaran

umum tentang data yang telah diperoleh. Gambaran umum ini bisa menjadi acuan untuk melihat karakteristik data yang kita peroleh.¹⁷

Ciri dari analisis ini adalah menitikberatkan pada observasi suasana ilmiah (*naturalistic setting*). Peneliti hanya bertindak sebagai pengamat. Secara singkat, hasil penelitian diolah dan disajikan dengan cara melaporkan data dengan menerangkan dan memberi gambaran mengenai data yang terkumpul yang kemudian data tersebut disimpulkan.



¹⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, 2005, Hal. 25

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang strategi *Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan tentang Strategi *Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung yaitu :

1. Strategi *Public Relations* G Hotel Syariah Bandar Lampung dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada para tamu adalah dengan memelihara hubungan khusus antara sesama manusia, baik hubungan internal maupun eksternal perusahaan. Hubungan internal yaitu membina dengan karyawan atau pegawai dengan cara mengembangkan profesionalisme dan meningkatkan kompetensi karyawan secara berkesinambungan melalui pelatihan. Sedangkan hubungan eksternal yaitu memelihara hubungan baik dengan pelanggan yaitu mengkomunikasikan produk dengan memuat iklan di media sosial seperti halaman website G Hotel Syariah, facebook serta Instagram guna mempromosikan produk yang di jual seperti informasi jika sedang ada diskon dan lainnya serta memberika pelayanan dengan baik, informatif dan mudah dimengerti oleh masyarakat.
2. Faktor pendukung dalam aktivitas *public relations* manager meliputi: fasilitas promosi yang digunakan, pelayanan, event/program khusus, penyampaian pesan. Faktor penghambat dalam kegiatan *public relations*

yaitu: kebijakan perusahaan dan kurangnya skill

B. Saran

Adapun saran yang ingin disampaikan oleh penulis sebagai berikut :

1. Adanya penambahan fasilitas lainnya yang islami dalam menunjang kemajuan G Hotel Syariah Bandar Lampung, misalnya seperti adanya *drug store* atau minimarket halal mini
2. G Hotel Syariah sudah menerapkan hotel berbasis syariah dengan baik namun perlu ditingkatkan agar mampu bersaing dengan hotel-hotel lainnya, serta mampu berkembang mengikuti zaman tanpa mengesampingkan kesyariahannya.
3. Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi berdasarkan penelitian ini maka penulis memberikan saran dengan adanya hasil penelitian ini, peneliti memberikan kepada peneliti selanjutnya agar dapat lebih memperdalam atau memperluas hasil penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal Mundiri, *Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image*, Pedagogik, 3.2 (2016).
- Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Armico, 1989).
- Abdul Warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah (Studi Kasus Pada Hotel Graha Agung Semarang)*.
- Drs. Ki Ismara, MMPd., Mkes. *Kepemimpinan, TQM & Perbaikan Berkelanjutan* (<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pendidikan/Drs.%20Ketut%20Ima%20Ismara,%20M.Pd.,M.Kes./TQMpresentasi.pdf>)
- Fadillah Fidyah Wati, *Kemampuan Komunikasi Persuasif Pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah Jurnal Online Kinesik* Vol. 4 No. 1 April 2017.
- Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Cuality Cervice*, (Yogyakarta: Andi, 2001).
- Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta. 2004).
- Fred R. David, *Manajemen Strategi dan Konsep*. (Jakarta: Prenhalindo, 2002).
- H.A.W. Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).
- I Gusti Ngurah Putra, “*Konteks Histori Praktek Humas di Indonesia*”. (Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.6 No.3, Desember 2008).
- Jalal Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005).
- Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, 2005.

- Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: PT Raja Gravindo Persada, 2005).
- Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005).
- Keith Butterick; Penerjemah, Nurulhasfi-ed, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
- Krisyantono Rachmat, *Public Relations Writing*, (Jakarta: Kencana, 2008).
- Kualitas atau Mutu (<http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/kualitas>)
- Liliweri Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2011).
- M. Hasan Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).
- Mukhotib Muhammad, *Strategi Pelayanan unit VIP Rawat Inap Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Kabupaten Temanggung dalam Meningkatkan Kepuasan Pasien*. (Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2011).
- Onong Uchjana Effendy, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung: PT Alumni 1981).
- Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations*, (Bandung: Mandar Maju, 1982).
- Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy.MA, *Human Relations & Public Relations*, (Bandung: Mandar Maju, 1993).
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2006).
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2006).

Ruslan Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta:Rajawali Pers,2016).

Ruslan Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta:Rajawali Pers,2016).

Setyo Soedrajat, *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, (Jakarta:Ikral Mandiri Abadi,1994).

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2014).

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta :Rineka Cipta 2010).

Sutrisno hadi, *Metodologi risearch, Fakultas Teknologi UGM*, (Yogyakarta: UGM Press, 1986).

Sutrisno, *Metodelogi Research Pendekatan Kualitatif*, (Bandung: Kualitatif dan R&D, 2009).

Widjaja H.A.W. 2002. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara).